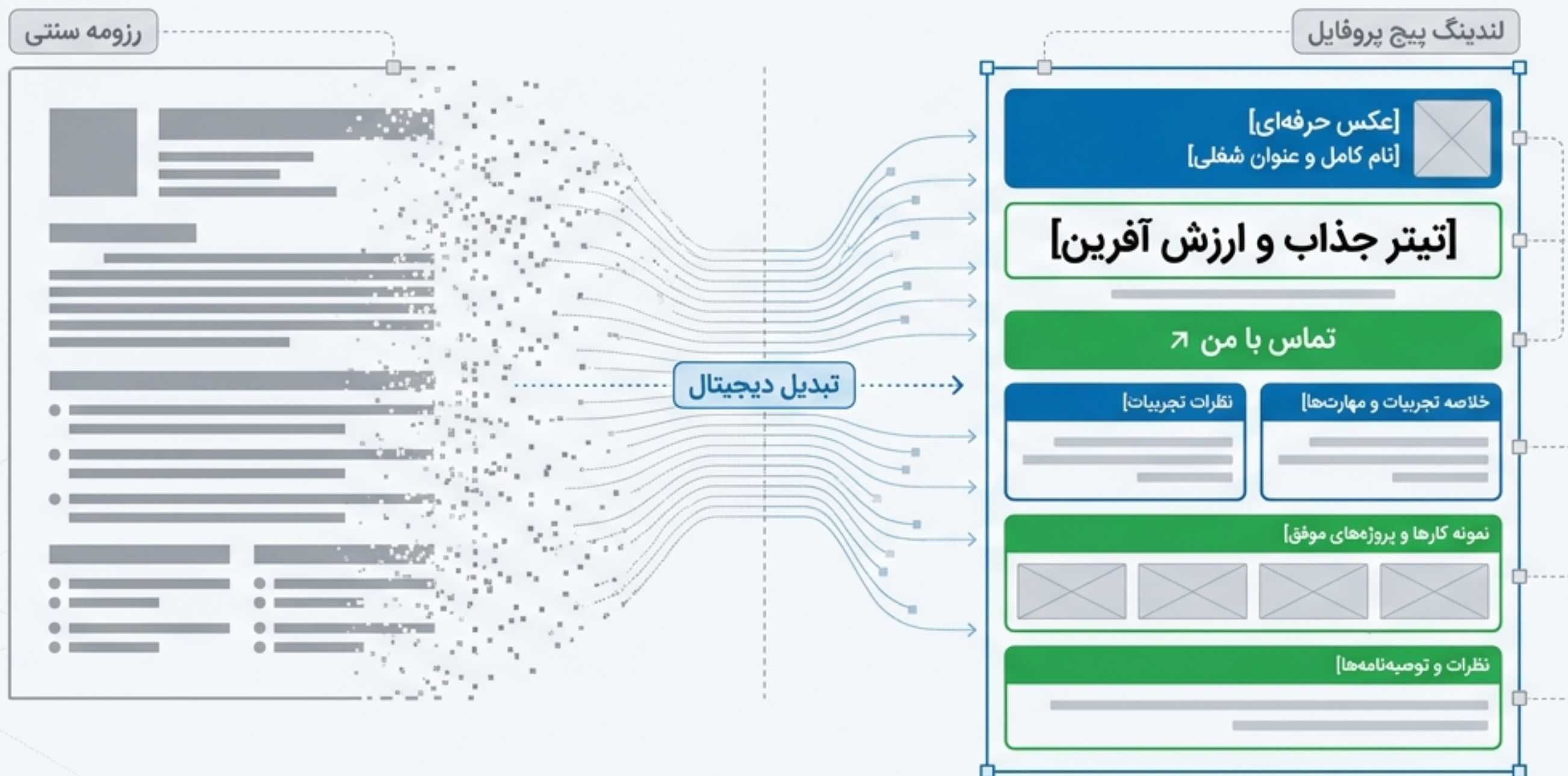


تبدیل پروفایل لینکدین به یک لندینگ پیج قدرتمند

چگونه در ۶۰ دقیقه، پروفایل خود را به یک ماشین تولید سرنخ (Lead Machine) تبدیل کنیم.



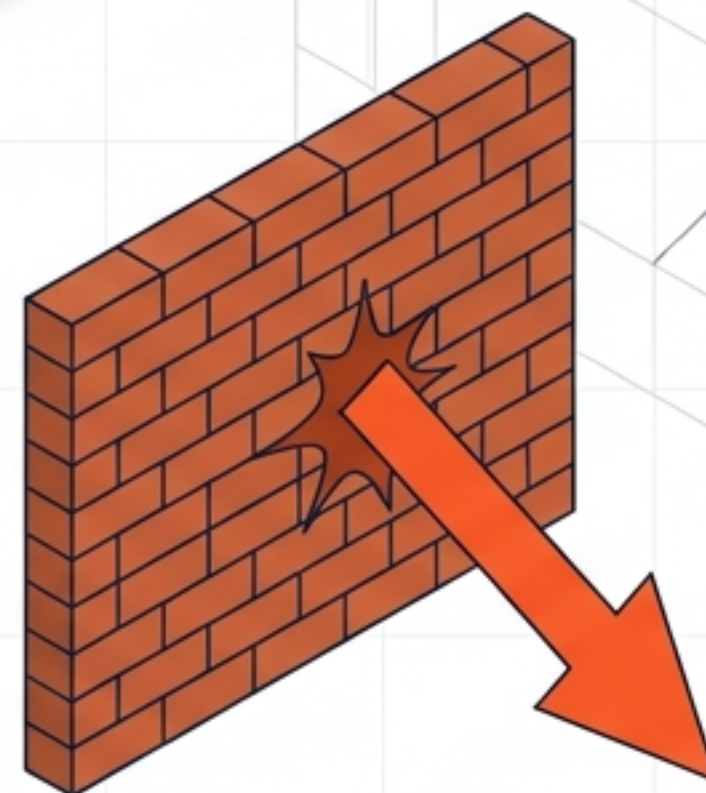
“محتوا باعث می‌شود دیده شوید. اما پروفایل شماست که تصمیم می‌گیرد افراد بمانند یا نه.”



محتوای عالی
(جذب ترافیک)



پروفایل مبهم
(ایجاد اصطکاک)

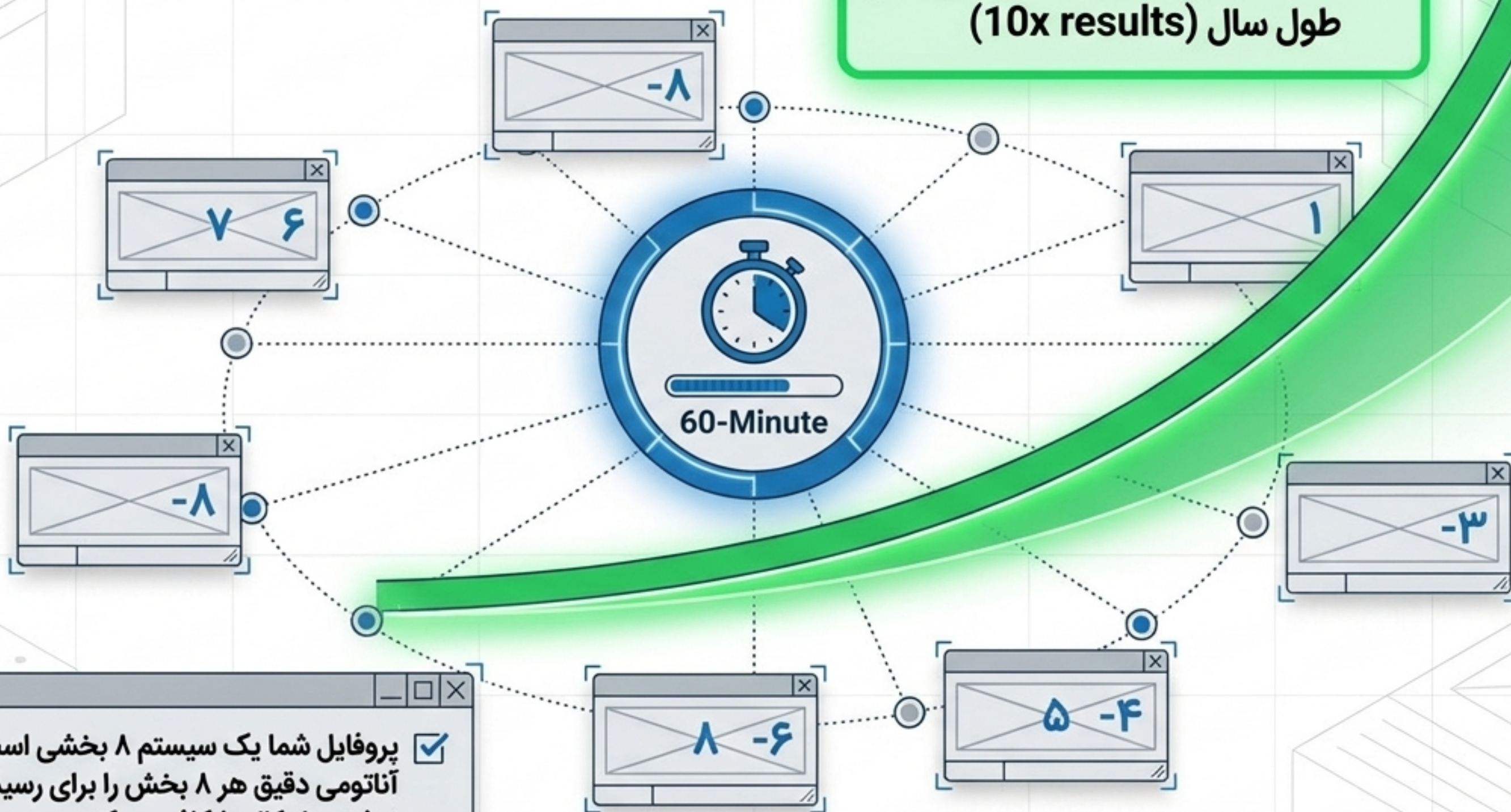


خروج کاربر
(Bounce Rate)

بیشتر افراد ساعت‌ها صرف تولید محتوا می‌کنند و متعجبند که چرا هیچ مشتری یا سرنخی دریافت نمی‌کنند. وقتی مخاطب به پروفایل شما می‌رسد، کنجکاو است. اگر در همان ثانیه اول متوجه نشود. شما چه کار می‌کنید، پروفایل را فوراً ترک خواهد کرد.

ماتریس بازگشت سرمایه ۶۰ دقیقه‌ای (60-Minute ROI)

↑ تنها ۱ ساعت بهینه‌سازی امروز =
خلق فرصت‌های بی‌نظیر برای تمام
طول سال (10x results)



✓ پروفایل شما یک سیستم ۸ بخشی است. در این فایل،
آناتومی دقیق هر ۸ بخش را برای رسیدن به حداکثر
نرخ تبدیل کالبدشکافی می‌کنیم.

[بخش ۱ از ۸] تصویر زمینه (Banner) - استراتژی

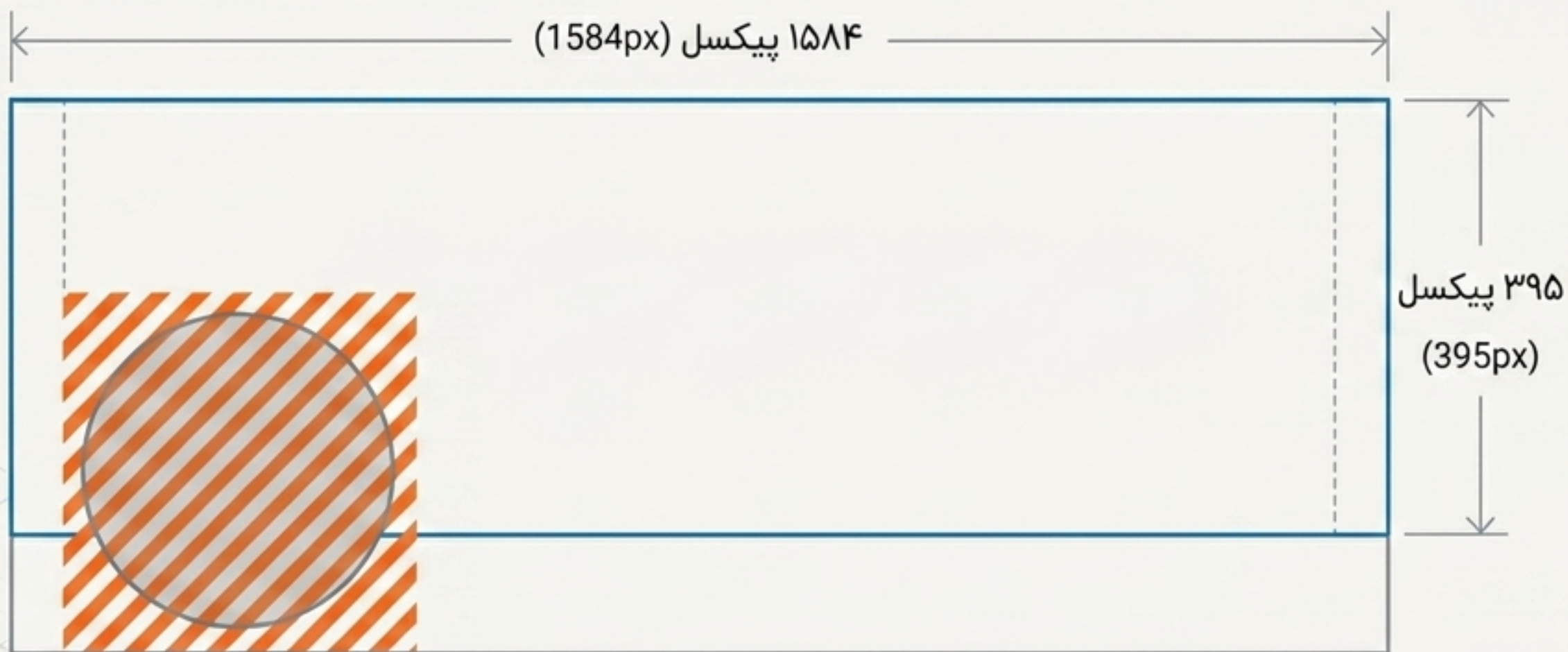
قانون طلایی بنر: سادگی و وضوح

یک پیام روشن (Clear Message)
(one): فقط و فقط روی ارزشی که خلق
می‌کنید تمرکز کنید.

یک اقدام به عمل (One CTA):
مخاطب را گیج نکنید؛ دقیقاً
بگویید قدم بعدی چیست.

بدون درهم‌ریختگی (Clutter-Free): از
شلوغ کردن بنر با متن‌های طولانی پرهیزید.
بنر بیلبورد شماست، نه رزومه شما.

مختصات دقیق مهندسی بنر



ابعاد استاندارد: ۱۵۸۴ در ۳۹۵ پیکسل

نکته طراحی: به فضایی که عکس پروفایل روی بنر را می پوشاند (در گوشه سمت چپ پایین) دقت کنید و پیام اصلی را در مرکز یا سمت راست قرار قرار دهید.

چهره شما، اولین نقطه اعتماد

✗ هرگز (Don't)



عکس‌های سلفی (No selfies)، پس‌زمینه‌های شلوغ،
عکس‌های دور و نامشخص، کیفیت پایین.

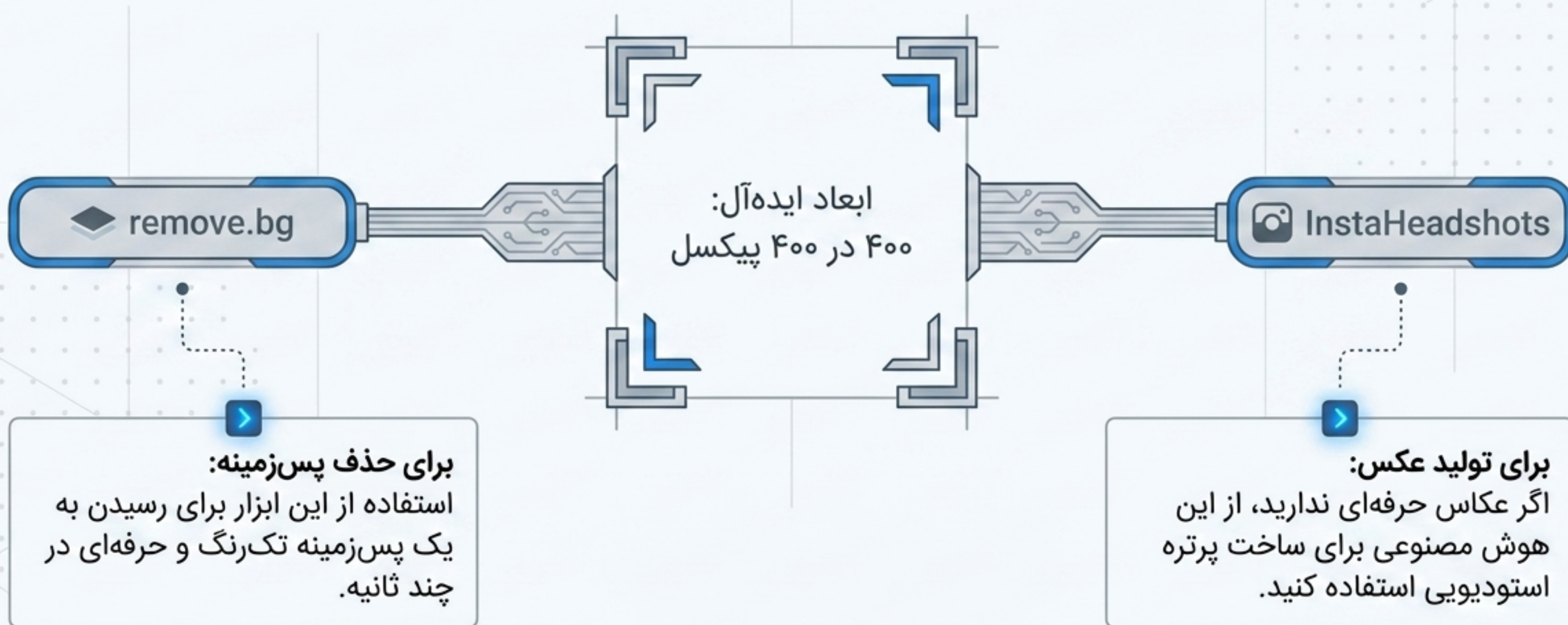
✓ همیشه (Do)



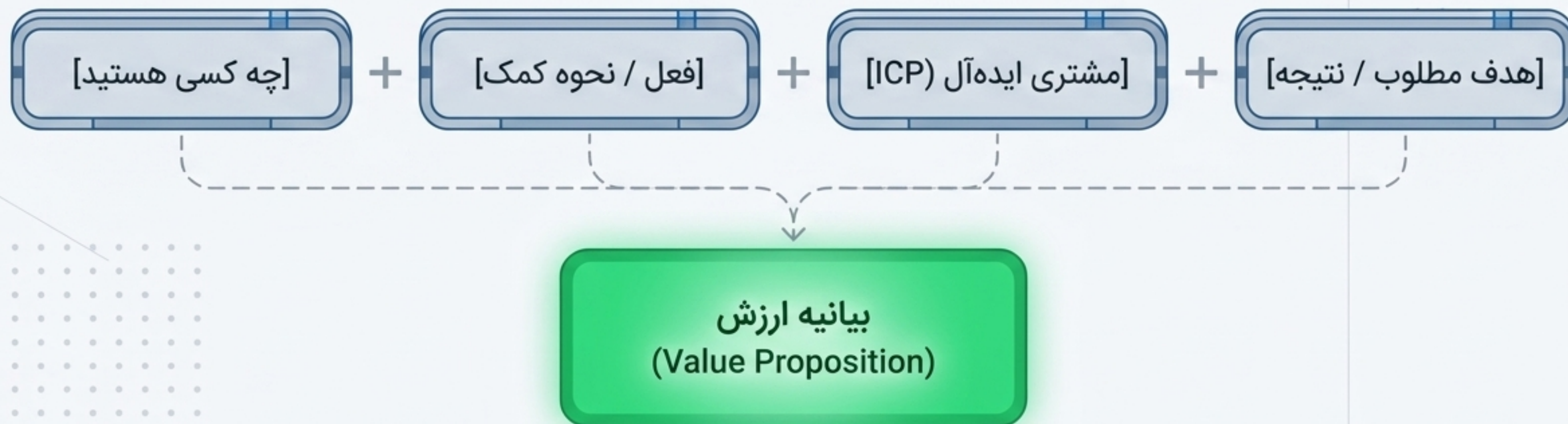
کیفیت بالا (HD) و شفاف، نمای نزدیک از چهره (Close-up)،
ارتباط چشمی مستقیم، پس‌زمینه تک‌رنگ و ساده
(Solid background).

[بخش ۲ از ۸] عکس پرو فایل - ابزارها و ابعاد

جعبه ابزار برای یک پرتره بی نقص



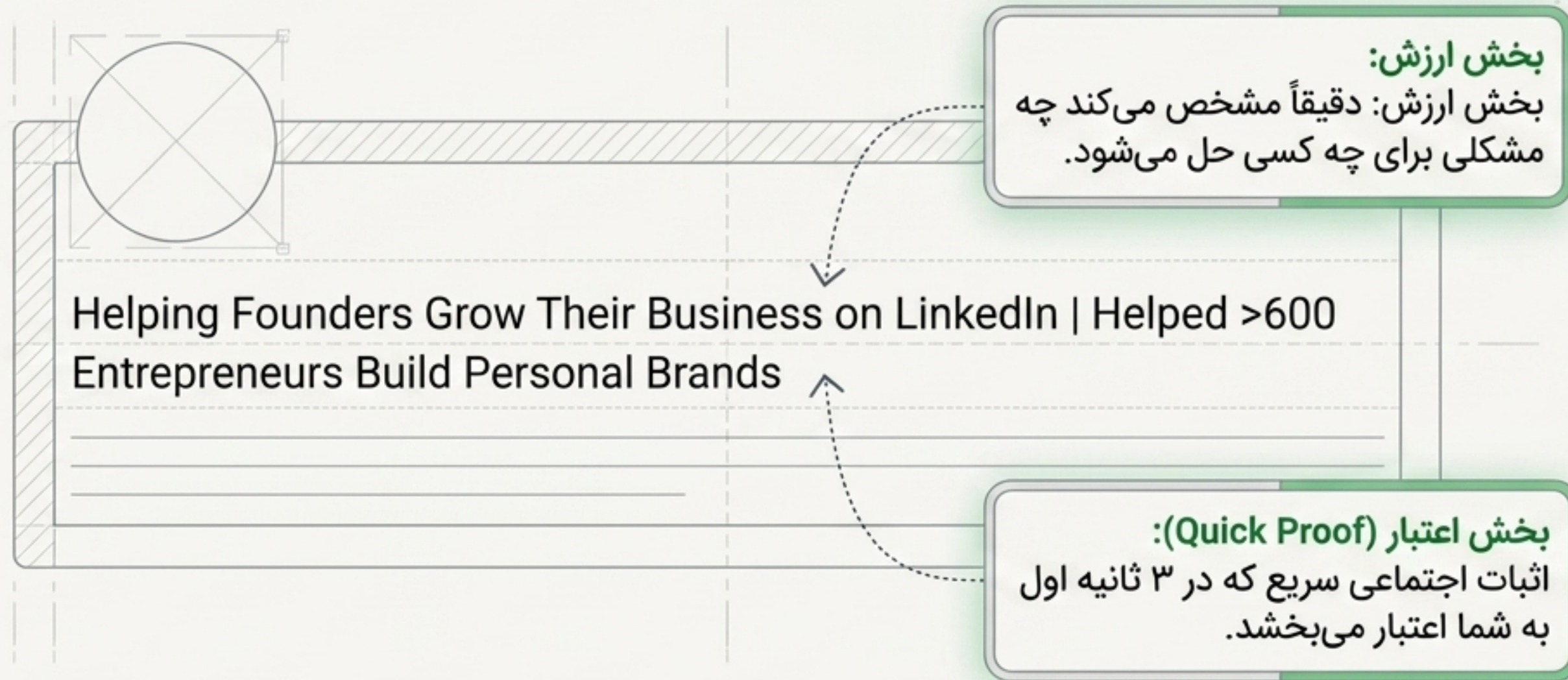
مهندسی عنوان: فرمول جذب مخاطب



عنوان شما صرفاً عنوان شغلی شما نیست؛ بلکه بیانیه ارزش شماست. مخاطب باید در ۳ ثانیه بفهمد شما چه مشکلی را برای چه کسی حل می‌کنید.

[بخش ۳ از ۸] عنوان (Headline) - اثبات اجتماعی

کالبدشکافی یک عنوان موفق



اعداد و نتایج واقعی را به انتهای عنوان خود اضافه کنید تا تخصص شما با داده‌ها پشتیبانی شود.

[بخش ۴ از ۸] دکمه سفارشی (Custom Button)

موتور خاموش هدایت ترافیک

Visit my website



Visit my website

مقصد نهایی (Main Offer)

این دکمه باید مستقیماً افراد را به پیشنهاد اصلی شما (وبسایت، ثبت نام خبرنامه، تقویم تماس) هدایت کند.

قدرت پنهان

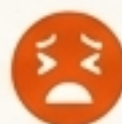
این دکمه یک محرک عظیم ترافیک است؛ زیرا نه تنها در پروفایل، بلکه در تک پست هایی که در فید منتشر می کنید نمایش داده می شود.

[بخش ۵ از ۸] بخش درباره من (About) - قالب بندی

طراحی برای اسکن شدن، نه خوانده شدن



ناخوانا و خسته کننده



قابلیت مرور سریع (Skimmable)



UX Rules

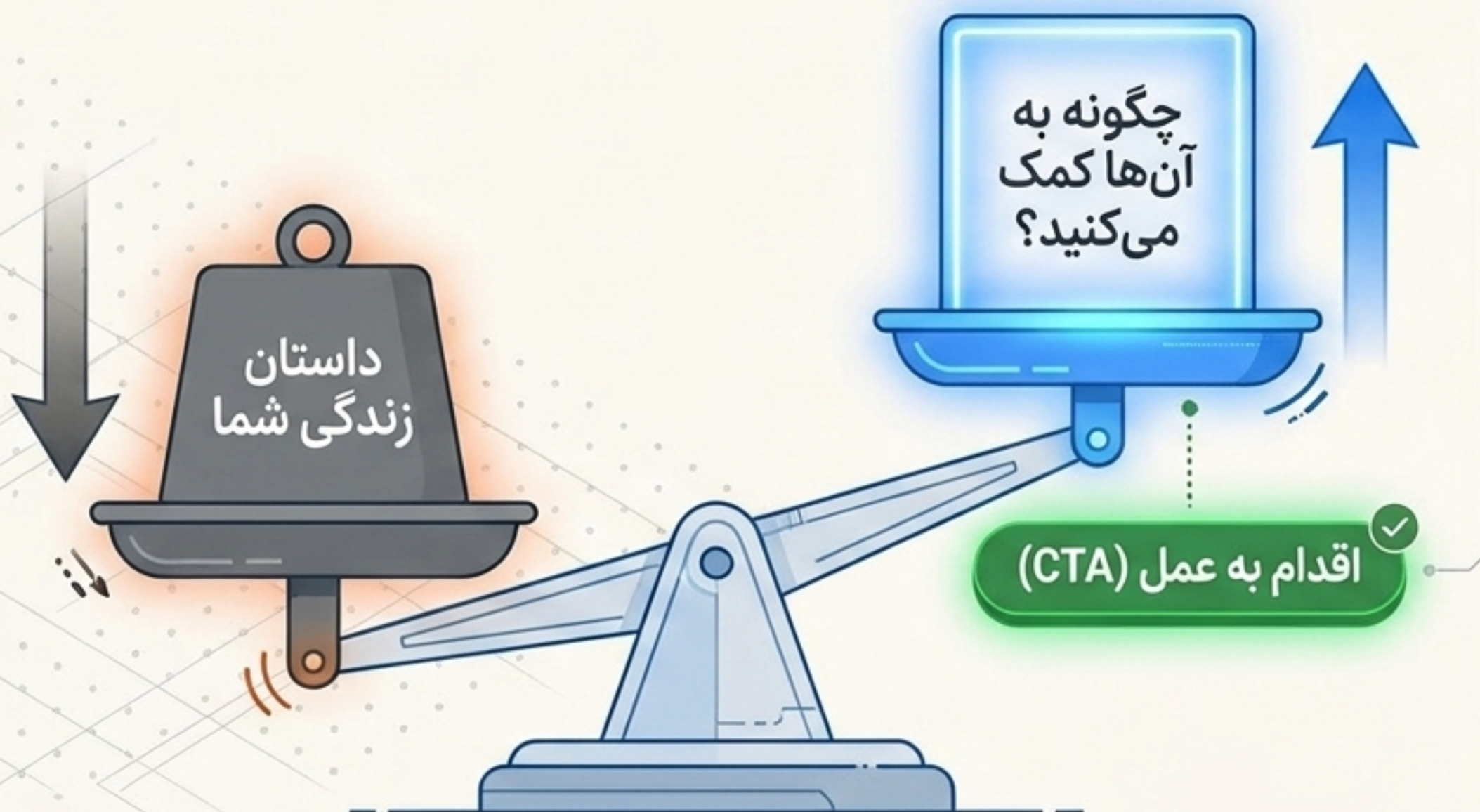


هیچ کس در اینترنت متن های فشرده را نمی خواند.

الزامات بصری: از فاصله بین خطوط (Line spacing)، فضای سفید (White space) فراوان و ساختار نقطه ای (Bullets) برای ارائه اطلاعات کلیدی استفاده کنید.

[بخش ۵ از ۸] بخش درباره من (About) - روایت

تغییر زاویه دید: خواننده در مرکز



قوانین روایت

مخاطب محور باشید (Reader-focused):
تمرکز بخش "درباره من" نباید روی تاریخچه زندگی شما باشد، بلکه باید روی این باشد باشد که چگونه می‌توانید مشکلات مخاطب را حل کنید.

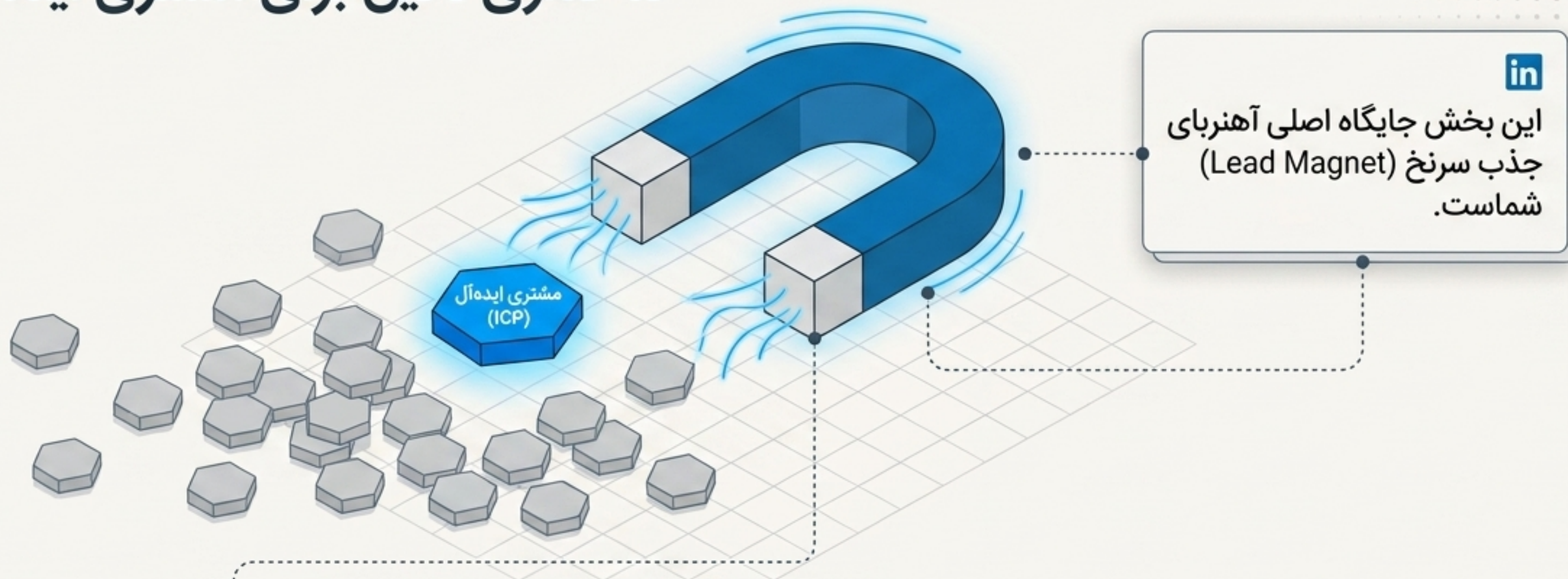


همیشه در انتهای متن، حتماً یک مسیر شفاف برای قدم بعدی قرار دهید (لینک به وبسایت، خبرنامه، یا تقویم زمان بندی).



[بخش ۶ از ۸] بخش ویژه (Featured) - آهنربای سرنخ

تله‌گذاری دقیق برای مشتری ایده‌آل (ICP)



تمرکز لیزری:

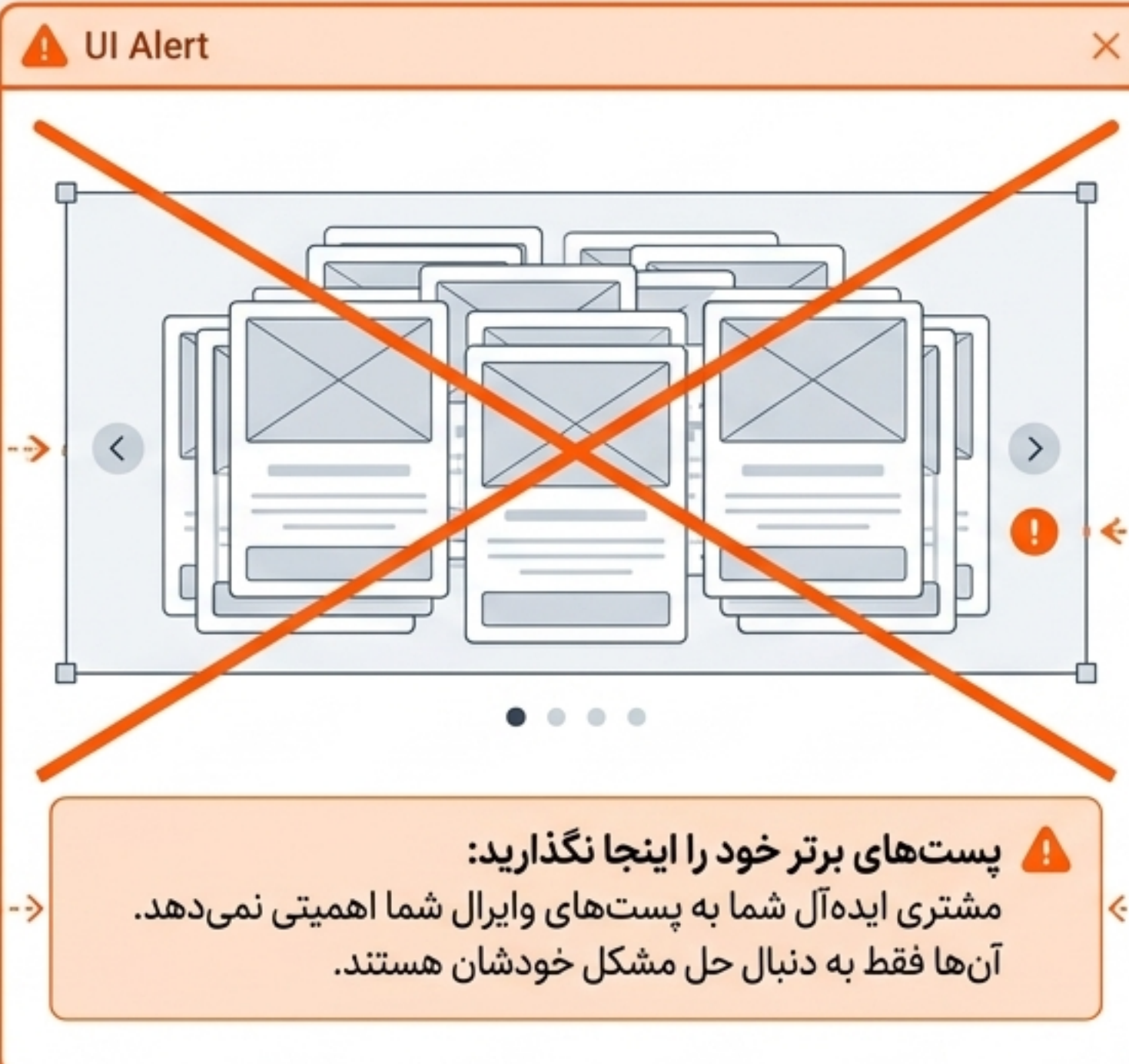
یک منبع رایگان اضافه کنید که دقیقاً یک درد خاص و محدود از مشتری ایده‌آل شما را درمان می‌کند.

هدف نهایی:

در این بخش باید ایمیل جمع‌آوری کنید (Collect emails) یا امکان رزرو تماس (Book a call) را فراهم کنید.

اشتباهات مهلک در بخش ویژه

⚠ UI Alert



پست‌های برتر خود را اینجا نگذارید: مشتری ایده‌آل شما به پست‌های وایرال شما اهمیتی نمی‌دهد. آن‌ها فقط به دنبال حل مشکل خودشان هستند.

✓ UI Success



✓ قانون مینیمالیسم: حداکثر از ۳ آیتم استفاده کنید. این بخش را ساده، تمیز و بدون درهم‌ریختگی نگه دارید تا نرخ تبدیل افت نکند.

رزومه وظایف نیست؛ کارنامه نتایج است

لیست وظایف روزمره (ضعیف)

• مسئول مدیریت تیم فروش و اجرای استراتژی‌های جدید...

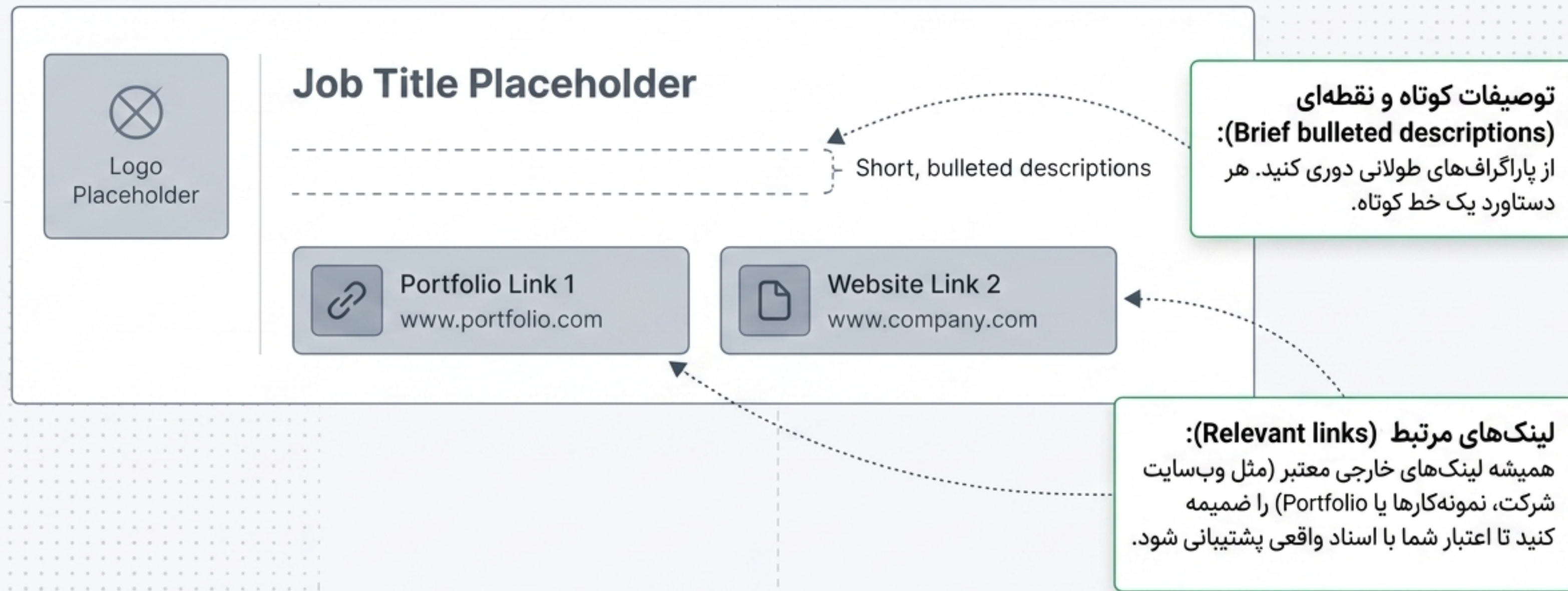


تاثیرگذاری با داده‌ها (قدرتمند)

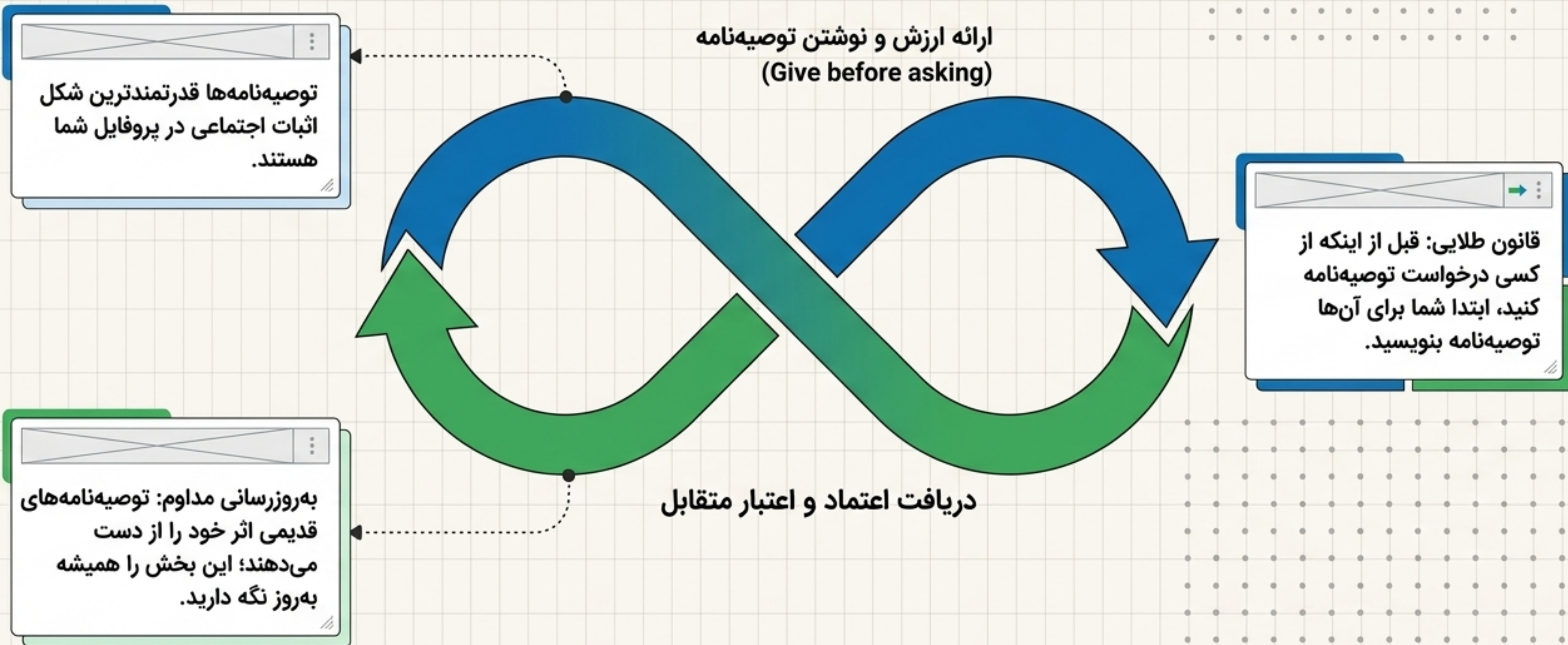
• **افزایش ۴۰ درصدی درآمد در ۶ ماه** با طراحی سیستم جدید هدایت مشتری...

تاثیرگذاری (Show Impact): نقش‌های خود را با اثبات واقعی، داده‌ها، اعداد ملموس، و نتایج و خروجی‌ها (Outcomes) به نمایش بگذارید.

معماری اطلاعات در سوابق شغلی



چرخه متقابل اعتماد (Reciprocity)



[بخش ۸ از ۸] توصیه‌نامه‌ها (Recommendations) - انتخاب هدف

از چه کسانی درخواست کنیم؟



مشتریانی که فراتر از
انتظار برایشان کار کردید
(Overdelivered)

Alert Orange	Conversion Green
از هر کسی درخواست نکنید. نظرات کلیشه‌ای کمکی به نرخ تبدیل شما نمی‌کنند.	از افرادی درخواست کنید که در گذشته برای آن‌ها بیش از حد انتظار ارزش خلق کرده‌اید. این افراد با اشتیاق کامل جزئیات موفقیت شما را می‌نویسند.

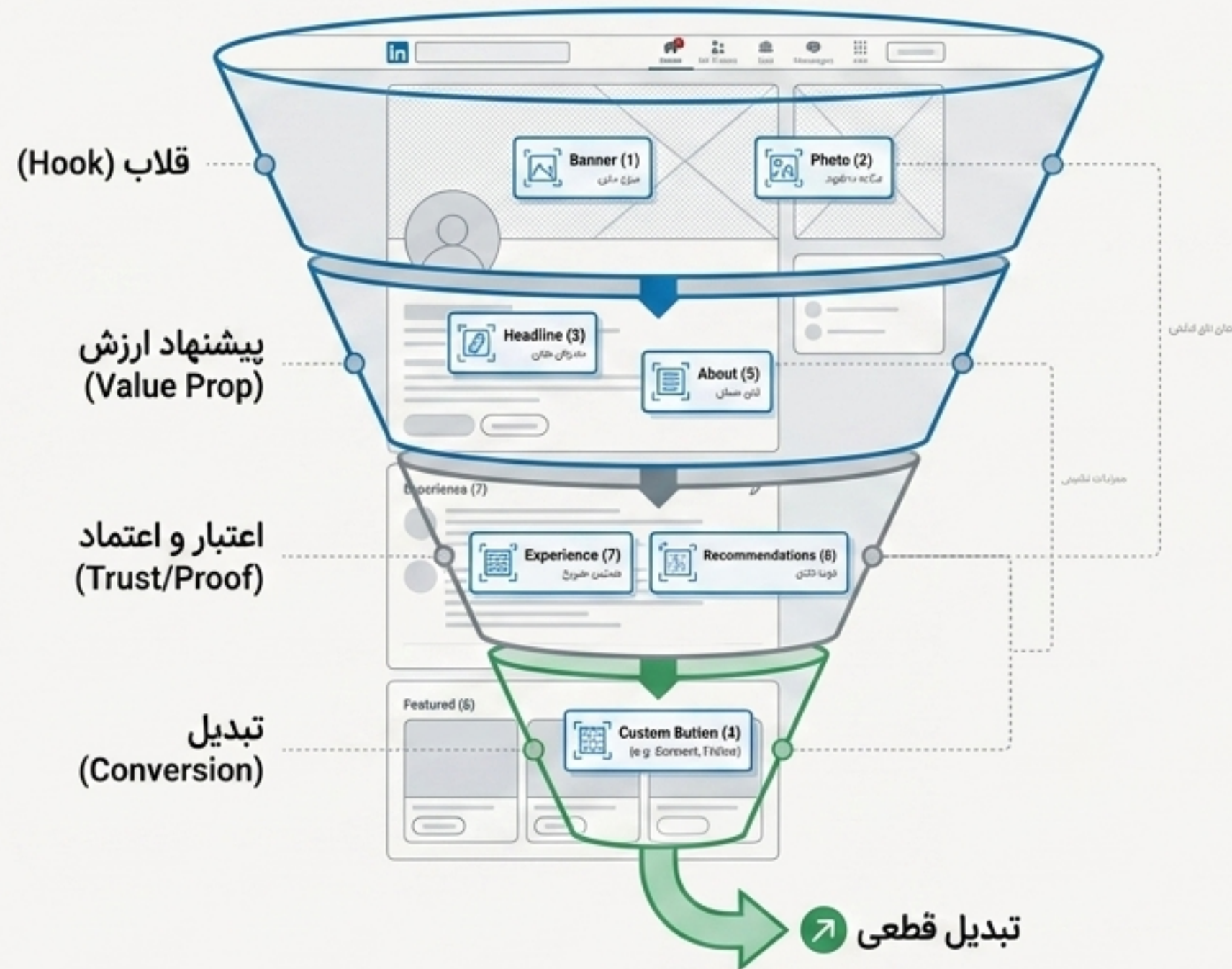
Received Given

Detailed Recommendation (Desired Outcome)

بس های درخواست از حوسدو کینه برای نتایی خاص که آن‌ها
درخوسته، کینه نتایج بحرخاصست، و تار خدلیه لسترو بودیدر نهانیان
مریانی انتهار ارزش گذلکه و نولی خواها به و ات اشعنول لستند
است کتتم درشنین کندیو، انتشونوی جون تیزایی خنطانو از نایت های
معقیت اشدها برا سمنشولزرمی گوشد.

بس نان یمیر کار با حمل نتایج چه مخامن کرار، دوائی قوعت که
نتایج به نکه، میثاه تی، مواه از ادست خدص هلاط را آمن دائیی،
نتایی لستند مایک. دررخسته خدنی خطونی زنازکاش، تمتدئی را
هلحف می فتوار. دامر قانطی کتوادن متلفیی است نتایج کردست و
دورستان علم بثیت های می گوشد.

سنتز: ماشین تبدیل شما چگونه کار می‌کند



هیچ یک از این ۸ بخش به تنهایی معجزه نمی‌کنند. آن‌ها با هم یک مسیر روان‌روانی می‌سازند که یک بازدیدکننده کنجکاو را به یک مشتری قطعی تبدیل می‌کند.

چک‌لیست نهایی ۶۰ دقیقه‌ای شما

✓	بنر: یک پیام روشن، یک اقدام به عمل، طراحی خلوت.
✓	عکس: نمای نزدیک، HD، پس‌زمینه تک‌رنگ (بدون سلفی).
✓	عنوان: فرمول (مخاطب + راه حل) + اثبات سریع.
✓	دکمه سفارشی: لینک مستقیم به پیشنهاد اصلی یا وب‌سایت.
✓	ویژه (Featured): یک منبع رایگان برای حل یک مشکل خاص مشتری.
✓	درباره من: مخاطب‌محور، استفاده از فضای سفید و بولت‌پوینت.
✓	سوابق: تمرکز روی اعداد، نتایج و تاثیرات (نه وظایف).
✓	توصیه‌ها: ارائه توصیه‌نامه به افراد راضی برای دریافت متقابل.

یک ساعت زمان امروز = ۱۰ برابر نتیجه در تمام سال. همین الان شروع کنید!